

L'ANALISI

La religione universale è già negli spot dell'8 per mille

ECCLESIA

02_06_2022

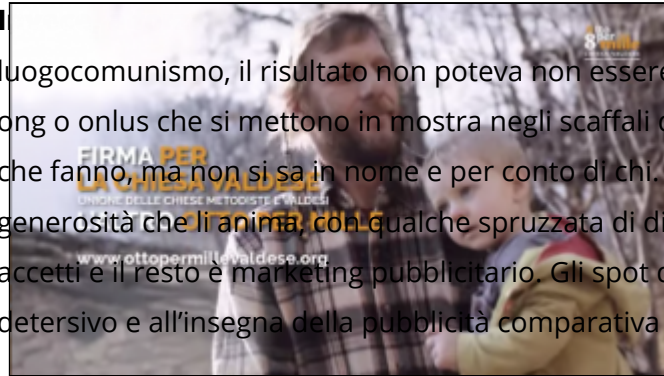


**Andrea
Zambrano**



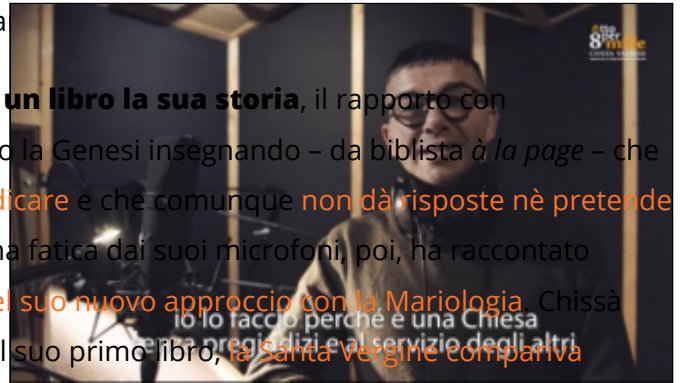
Una fede tagliata secondo i propri gusti porta ad una religione globale universale. Non è un paradosso, ma la naturale conseguenza della liquidità e del relativismo in ambito religioso. A guardare gli spot delle varie confessioni alla ricerca dell'8 per mille verrebbe

proprio da chiedersi se le Chiese o le Confessioni religiose che si presentano al contribuente alle prese con la dichiarazione dei redditi, non siano diventate per caso quel *supermercato della fede* da cui metteva in guardia il compianto Cardinal Caffarra ormai 10 anni fa: «**Avreste creduto invano**», direbbe ancora oggi.



Il del buonismo e del luogocomunismo, il risultato non poteva non essere quello di ritrovarsi con tante piccole ong o onlus che si mettono in mostra negli scaffali del supermercato, mostrando il bene che fanno, ma non si sa in nome e per conto di chi. Sicuramente di un generico senso di generosità che li anima, con qualche spruzzata di diritti Lgbt che sono sempre ben accettati e il resto è marketing pubblicitario. Gli spot devono essere accattivanti come un detergente e all'insegna della pubblicità comparativa come un prodotto assicurativo.

Ad esempio, in quelli della Chiesa Valdese, per la campagna dichiarazioni dei redditi 2022, si specifica che quella valdese è una "chiesa senza pregiudizi". Non – si è indotti a pensare – come quella cattolica, la quale di pregiudizi invece ne ha a iosa. Infatti quello dato alla Chiesa valdese è «*l'altro 8 per mille*», dove si capisce bene chi è l'altro da cui si prendono le distanze. **E se a dirlo è il conduttore radiofonico Diego Passoni**, che ha raccontato di aver scoperto a 21 anni di essere gay dopo due anni di discernimento in un convento (cattolico) francese, è evidente che il riferimento ai pregiudizi è nella volontà di strizzare l'occhio al politica



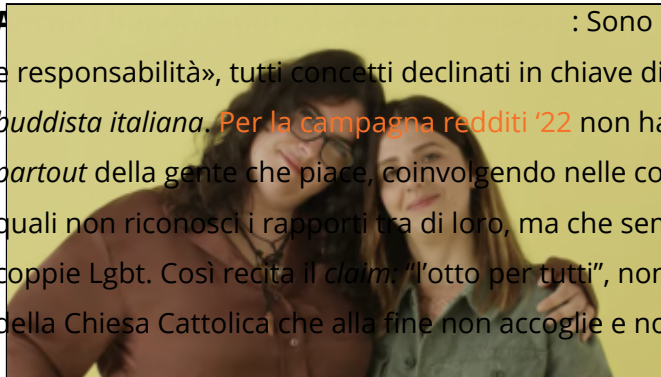
Passoni, infatti, ha raccontato in un libro la sua storia, il rapporto con l'omosessualità e in un altro ha riletto la Genesi insegnando – da biblista *à la page* – che è un Libro in cui si impara a **non giudicare** e che comunque **non dà risposte nè pretende di avere verità**. Nel presentare l'ultima fatica dai suoi microfoni, poi, ha raccontato dell'approdo al protestantesimo e **del suo nuovo approccio con la Mariologia**. Chissà cosa vorrà dire, ma un indizio c'è: nel suo primo libro, *la Santa vergine compariva avvolta da un manto arcobaleno*. Grazie alla Chiesa valdese inoltre è approdato a «*una forma di cristianesimo adatto a questi tempi: laica, vicina alla gente e con bilanci trasparenti. Una Chiesa i cui membri combattono per la laicità dello Stato, la parità dei diritti, il diritto all'aborto e le unioni civili perché si può essere credenti e cristiani credendo nella laicità e nel libero arbitrio*».

Che il concetto di laicità – che poi la laicità non è questo, questo è solo laicismo ossessivo, però - sia elevato a nuovo dogma ne è prova anche **lo spot affidato all'altro testimonial dei valdesi**, Lella Costa, che da tre anni presta voce ai valdesi con i quali condivide tanti valori. Eccoli: «*Il rigore, la sobrietà, l'etica, il rispetto, l'inclusione, la coerenza (vorrei dire il laicismo, e non per amore di paradosso, giuro) che ho trovato nei progetti delle suddette chiese, mi assomigliano e mi rappresentano più e meglio di qualunque altra organizzazione, confessionale o meno*

».

Contenti loro, certo. Però fa specie che la bontà della propria proposta religiosa sia sempre in opposizione a quella che si vuole combattere: quella cattolica, perché è quella cattolica la confessione che fa più incetta di contributi dell'8 per mille e che secondo le logiche del marketing va aggredita. Insomma: "Sceglieteci non per come siamo, ma perché non siamo come gli altri". È un tipico modello di approccio protestante, telefonare Brasile per avere qualche dettaglio su queste operazioni.

A : Sono «pluralità, gentilezza e responsabilità», tutti concetti declinati in chiave di "diritti", i valori espressi dall'*Unione buddista italiana*. Per la campagna redditi '22 non ha esitato a toccare il tema *passerpartout* della gente che piace, coinvolgendo nelle comparsate coppie anonime, delle quali non riconosco i rapporti tra di loro, ma che sembrano strizzare l'occhio anche alle coppie Lgbt. Così recita il *claim*: "l'otto per tutti", non come quello – sempre sottinteso – della Chiesa Cattolica che alla fine non accoglie e non lotta per nessuno.



Insomma: non trovi principi, non trovi una verità, non trovi una morale, un fare il bene per un Bene, non trovi uno sguardo su un Dio che in un qualche modo dovrebbe pur far capolino da qualche parte; Trovi soltanto individualismo comunitarista e tanti buoni sentimenti diluiti con parole senza collocazioni spazio-temporali come responsabilità (verso chi?), gentilezza (per chi?), sobrietà (rispetto a cosa?), rigore (rispetto a chi?).

Non che la Chiesa cattolica faccia di meglio, per la verità, ma questa è una tendenza che va avanti così da molti anni. Lo spot di quest'anno, sotto la romantica *Buongiorno principessa* de *La Vita è bella* ci dice che «è molto di più»: il messaggio è che un aiuto economico dato alla Chiesa cattolica è molto di più di una mensa, di un'accoglienza, di



U ene mai dichiarato, annunciato,
n e in Cristo quel di più che si aiuta nel
o e alle nostre latitudini comincia a
e ote di Nicola Piovani e si resta con la
n lus della solidarietà, una delle tante

Insomma, l'importante è restare il più relativisti possibili e che il messaggio arrivi a tutti, soprattutto a chi non crede, quindi bisogna cancellare ogni ragione di appartenenza. "Metti mai che qualcuno cambi idea e si accorga che siamo una fede che annuncia al mondo un'unica Verità, un'unica liberazione dal peccato, un'unica vita eterna da più di 2000 anni...".